

## ABSTRAK

**Agung Sudrajat.** 2014. 1005993. Analisis Faktor *Place, People, Dan Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Rumah Makan AA Sekelo Bandung, Pembimbing Agus Sudono, SE.,MM. dan Sylvia Meilani, S.Pd.,MM. Ketidak stabilan jumlah pendapatan setiap bulannya dan menurunnya jumlah konsumen setiap bulannya menjadikan salah satu permasalahan yang tidak kunjung dapat teratasi. Penelitian ini ditujukan untuk meneliti, memahami, mendalami dan memberikan solusi sebagai timbal balik positif dari penelitian ini. Faktor bauran pemasaran menjadi acuan awal penelitian ini dilakukan. Dan hanya beberapa aspek yang diteliti yaitu faktor *Place* (Tempat/Lokasi), *People* (Orang/Karyawan) dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik) dalam mengendalikan Keputusan Pembelian konsumen di Rumah Makan AA Bandung.

Jenis Penelitian ini bersifat kuantitatif, penggunaan metode penelitian *Deskriptif Verifikatif* diharapkan dapat menuntaskan permasalahan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, menggunakan *probability sampling* yaitu *simple random sampling*. 100 responden konsumen Rumah Makan AA menjadi sampel dalam penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dan Analisis Korelasi.

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel *Place* (Tempat/Lokasi), *People* (Orang/Karyawan) dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan secara parsial variabel *place* dan *people* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di rumah makan aa dan variabel *Physical Evidence* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan AA. Variabel ini berpengaruh sebesar 48% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran (*Place, People, Physical Evidence*), Keputusan Pembelian dan Rumah Makan AA Bandung.

## ABSTRACT

**Agung Sudrajat. 2014. 1005993. Analyze Factor Place, People and Physical Evidence to Customer Purchase Decisions at Rumah Makan AA Sekelo, Bandung. Adviser by Agus Sudono, SE.,MM., and Sylvia Meilani, S.Pd.,MM.** Unstabilized profit and decreasing amount of the customer every month make that to be a problem that cannot be resolved until now. From that issue, this research is used to be investigate, understand, go deep into and give solution as the positive result from this research. Marketing mix factor going to be the starting point of this research. And just a few aspect that will be study namely *Place, People, and Physical Evidence* in Controlling The Customer Purchase Decisions at Rumah Makan AA Bandung.

Type of this research method is Quantitative, using the Descriptive Verificative method research hope can resolved the problem in this research. This research using Probability Sampling that is Simple Random Sampling. 100 customer respondent of Rumah Makan AA used to be a sample from this research. Analyze technic which used at this research is Double Linear Regression and Corelate Analyze.

This research point is to know how far the marketing mix contribute to a customer purchase decisions at Rumah Makan AA Bandung. The result from this research is to show that the factor of Place variable, People variable and Physical Evidence Variable is simultantly positive and significant to customer purchase decisions. While partially the place and people variable is positive and significant to customer purchase decisions at Rumah Makan AA. The physical evidence variable isn't positive and not significant to customer purchase decisions at Rumah Makan AA. This variable just take effect about 48% and the rest was effect by the other factor that not be examined from this research.

**Keyword :** Marketing Mix (*Place, People, Physical Evidence*), Customer Purchase Decisions and Rumah Makan AA Bandung